n° 21, juin 06

statistiques en bref

Observatoire de la culture et des communications du Québec

HAUSSE IMPORTANTE DES VENTES DE LIVRES EN 2005 ET FLÉCHISSEMENT DES PARTS DE MARCHÉ DU LIVRE QUÉBÉCOIS EN 2004

Par BENOIT ALLAIRE, chargé de projet, OCCQ

Hausse importante des ventes de livres en 2005

Au total, les ventes de livres au Québec ont augmenté de 66 M$ en 2005 par rapport à 2004, soit une hausse de 9,9 %. Des ventes finales totales de 731 M$, la part du lion revient encore aux librairies avec 61,1 %, mais il s'agit d'une diminution notable de près de 4 points de pourcentage par rapport à 2004. La part des librairies se retrouve donc à peu près au même niveau qu'en 2001, première année de l'Enquête sur la vente de livres neufs.

Ce sont les éditeurs et les grandes surfaces qui ont accru leur part des ventes avec des pourcentages respectifs de 21,2 % et de 11,6 %, tandis que les distributeurs et les autres points de vente ont vu leur part de marché diminuer légèrement, passant de 3,8 % à 3,7 % pour les premiers, et de 3,0 % à 2,4 % quant aux seconds (tableau 1). C'est la première fois depuis 2001 que l'on assiste à une augmentation de la part des grandes surfaces, soit un peu plus de 2 points de pourcentage.

La répartition de la contribution de chacune des catégories de points de vente à l'augmentation des ventes (tableau 2) révèle que ce sont les éditeurs qui sont les grands responsables de cette hausse, soit 41,2 % de la hausse des ventes ou 27 M$. Viennent

Tableau 1

	2001		2002		2003		2004		2005	
	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%
Éditeurs	108 209,1	17,6	111 661,8	17,3	110 818,7	16,8	127 728,0	19,2	154 884,6	21,2
Distributeurs	28 412,3	4,6	32 034,1	4,9	36 955,4	5,6	25 029,7	3,8	26 901,2	3,7
Librairies	377 739,8	61,3	409 792,0	63,3	418 445,4	63,4	431 371,2	64,9	446 801,5	61,1
Grandes surfaces	86 338,5	14,0	76 662,7	11,8	73 999,5	11,2	61 046,2	9,2	84 707,1	11,6
Autres points de vente	15 528,8	2,5	17 019,0	2,6	20 063,3	3,0	19 864,1	3,0	17 659,4	2,4
Ventes totales	**616 228,5**	**100,0**	**647 169,6**	**100,0**	**660 282,4**	**100,0**	**665 039,1**	**100,0**	**730 953,8**	**100,0**

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs* (mai 2006).

2007-03758/

statistiquesenbref//juin_06

Tableau 2

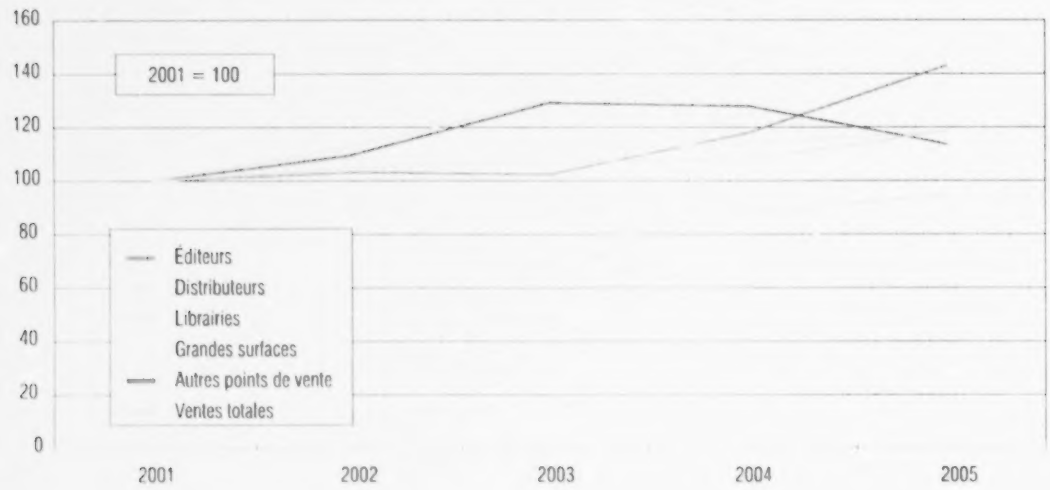
	Variation 2004-2005	
	k$	%
Éditeurs	27 156,6	41,2
Distributeurs	1 871,6	2,8
Librairies	15 430,3	23,4
Grandes surfaces	23 660,9	35,9
Autres points de vente	-2 204,7	-3,3
Ventes totales	65 914,7	100,0

ensuite, dans l'ordre, les grandes surfaces et les librairies et coopératives. Les autres points de vente ont une contribution négative de 3,3 % à la hausse des ventes.

La figure 1 donne un aperçu de l'évolution des ventes depuis 2001 selon les catégories de points de vente.

Nous avons tenté d'établir la provenance de cette augmentation notable des ventes finales des éditeurs. Vient-elle des éditeurs de littérature générale, des éditeurs de manuels scolaires ou des éditeurs de livres didactiques? Il est difficile de répondre de façon tout à fait satisfaisante à cette question à cause de l'imprécision ou de la confi-

Figure 1
Évolution de l'indice des ventes de livres selon les points de vente, Québec, 2001-2005



dentialité de nos données quant aux retours. Il faut donc se rabattre sur les ventes brutes (avant les retours) pour poursuivre notre analyse: Évidemment, les taux de retour sont fort différents selon la catégorie de livres, mais ils semblent avoir très peu varié de 2004 à 2005. C'est ce qui importe, puisque nous comparons les augmentations de ventes et non les ventes des types d'éditeurs entre elles. Ainsi, le taux de retour des éditeurs de littérature générale a diminué d'à peine 0,6 point de pourcentage en 2005.

Ce sont les ventes des éditeurs de manuels scolaires qui ont connu la plus forte augmentation en 2005, soit 24,7 %. Chez les éditeurs de littérature générale, la principale hausse est attribuable aux ventes directes et aux ventes par catalogue (22,5 %), tandis que la croissance des ventes finales des éditeurs de livres didactiques se situe nettement sous celle de l'ensemble des ventes finales des éditeurs, soit seulement 12,0 % d'augmentation. Par ailleurs, les ventes des éditeurs de littérature générale aux librairies et aux coopératives (avant les retours) ont diminué de 12,3 % en 2005.

Rappelons que les ventes de livres neufs par les grandes surfaces ont crû de 38,8 % en 2005 et atteint 85 M$. Il s'agit d'une hausse de 24 M$ par rapport à 2004, ce qui représente 35,9 % de la croissance observée en 2005. Cette augmentation notable, après quatre années de descente continue, s'explique presque entièrement par l'augmentation des ventes des distributeurs aux grandes surfaces. En effet, celles-ci sont passées de 50 M$ à 71 M$ et contribuent ainsi pour 90,1 % de la croissance. Cette proportion est plus élevée que la part des distributeurs dans les ventes des grandes surfaces qui était de 82,1 % en 2004 et de 84,4 % en 2005.

Les ventes des librairies ont grimpé d'un peu plus de 15 M$ en 2005, soit une augmentation de 3,6 %, et atteint un total de près de 447 M$. Nous avons vu que cela représente 61,1 % des ventes totales de livres neufs au Québec, c'est-à-dire un recul de près de 4 points de pourcentage par rapport à 2004.

Cette baisse a surtout touché les librairies à succursales qui enregistrent une hausse d'à peine 0,9 %, tandis que les librairies indépendantes affichent une croissance de 5,6 % de leurs ventes de livres. La part de marché des librairies indépendantes est donc passée de 58,0 % à 59,1 %.

Du côté des librairies agréées, les ventes sont passées de 316 M$ à 326 M$, soit une croissance de 3,3 %. Il s'agit d'une augmentation légèrement inférieure à celle des librairies non agréées, qui s'élève à 4,4 %. Toutefois, les librairies agréées dominent toujours avec une part du marché de 73,0 % en 2005.

- En 2005, les ventes de livres neufs ont connu leur plus forte croissance depuis 2001, soit une hausse de 9,9 % par rapport à 2004.
- Cette forte croissance est surtout attribuable à la hausse des ventes finales des éditeurs (21,2 % des ventes et 41,2 % de la croissance), principalement de leurs ventes de manuels scolaires (24,7 %) et des ventes directes des éditeurs de littérature générale (22,5 %).
- Les ventes de livres par les grandes surfaces ont fait un bond de 38,8 % en 2005, soit une croissance qui s'explique presque entièrement par l'augmentation de la contribution des distributeurs à ces points de vente.
- Les ventes de livres par les librairies ont connu une croissance beaucoup plus faible, soit à peine 3,6 %. Les ventes de livres par les librairies à succursales ont pratiquement stagné, affichant 0,9 % d'augmentation, tandis que les ventes des librairies indépendantes ont crû de 5,6 %.

Les parts de marché du livre québécois ont fléchi en 2004

Depuis le printemps 2001, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) publie mensuellement des données fiables sur les ventes finales de livres neufs au Québec. En septembre 2004, nous avons diffusé pour la première fois une évaluation des parts de marché du livre québécois en 2002. Cette évaluation était basée sur les données de l'Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs (EMVL) et sur les données provenant d'une enquête spéciale auprès des distributeurs de livres.

Puisque les points de vente au détail, soit les librairies, les grandes surfaces et les autres points de vente, ne sont pas en mesure de fournir le montant de leurs ventes par titre de livre, il a fallu procéder par la mise en application d'un modèle d'estimation relativement complexe aux données globales fournies par l'ensemble des répondants à l'EMVL. Un tel modèle d'estimation des parts de marché ne peut prétendre à une précision aussi grande que celle que l'OCCQ obtient par l'enquête auprès des cinémas, par exemple. Cependant, nous croyons qu'il permet une appréciation assez juste de l'évolution de la vente de livres québécois.

Comme nous l'avons fait en 2004[1] dans un article sur les parts de marché du livre québécois en 2002, nous présentons tout d'abord notre méthode d'estimation, puis les résultats de notre analyse pour 2004.

Rappelons que la première étape consistait à définir l'objet à mesurer, et la deuxième, à déterminer la stratégie appropriée pour mesurer cet objet. Le comité consultatif a convenu de dire que, dans le contexte de l'EMVL, un livre québécois est un livre publié par un éditeur québécois. Il ne s'agit donc pas d'une mesure de la littérature québécoise, mais plutôt de l'édition québécoise. Pour 2004, étant donné les résultats assez surprenants de l'étude de 2002, nous avons convenu de tenir compte de l'influence d'importants éditeurs de propriété étrangère qui ont un établissement au Québec et de produire aussi une estimation des parts de marché des livres des éditeurs de propriété québécoise.

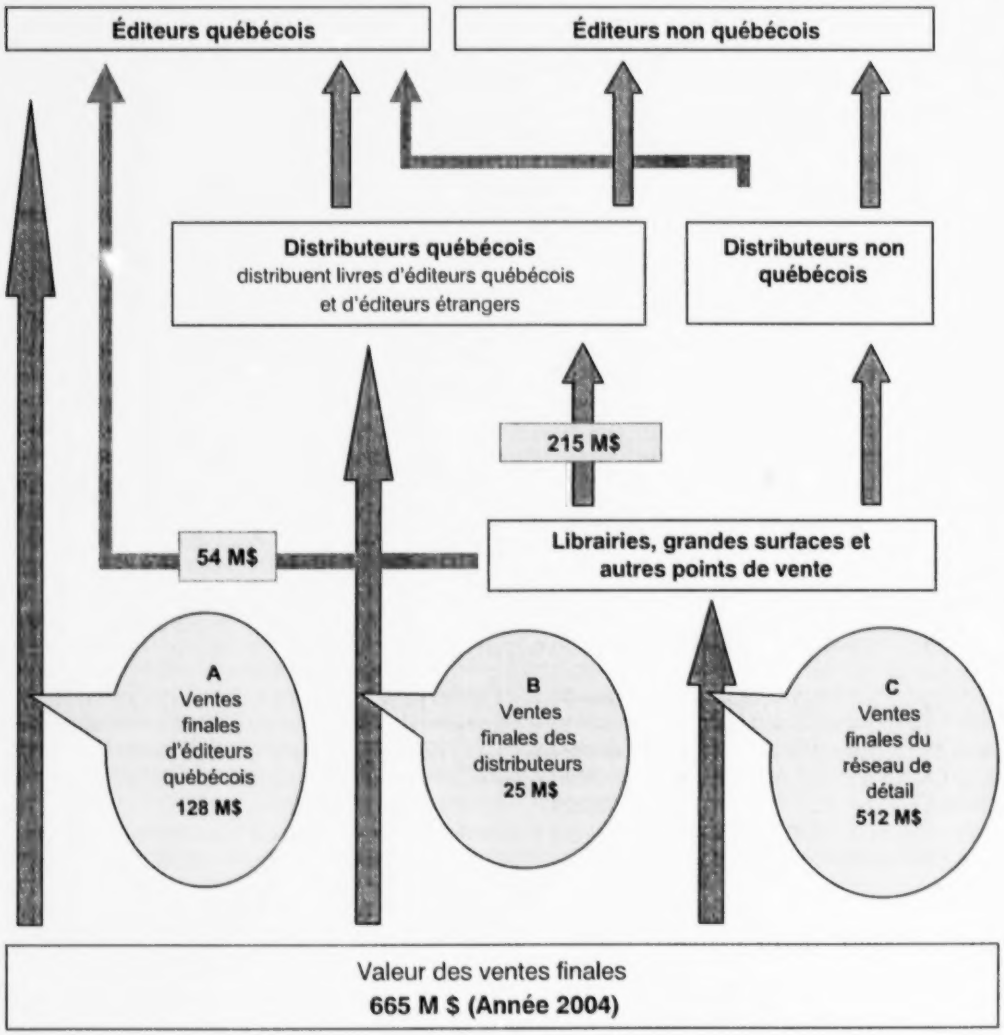
Maintenant, comment mesurer les ventes finales de livres québécois? Dans la chaîne du livre, les ventes finales sont réalisées par trois types d'acteurs : les éditeurs, les distributeurs et les points de vente au détail tels que les librairies et les coopératives, les grandes surfaces et les autres points de vente. La somme des ventes finales de livres québécois par ces trois types d'acteurs révèle la valeur des ventes finales de livres québécois.

Ces acteurs sont-ils actuellement en mesure de fournir des renseignements relatifs à leurs ventes finales de livres québécois? Prenons-les dans l'ordre. Par définition, les ventes finales des éditeurs québécois (ceux qui ont un établissement au Québec) sont des ventes finales de livres québécois. Les distributeurs québécois pourraient également être en mesure de fournir des renseignements quantitatifs sur leurs ventes finales de livres québécois en se basant sur les redevances qu'ils versent aux éditeurs québécois, mais cette information ne leur est pas demandée dans l'enquête sur les ventes de livres. Une enquête spéciale auprès des distributeurs pourrait fournir cette information. Par contre, les librairies et les coopératives, de même que les grandes surfaces et les autres points de vente, ne sont pas en mesure de fournir ces données. Actuellement, les ventes finales des grandes surfaces et des autres points de vente sont estimées à partir des ventes des distributeurs à ceux-ci. Si l'on ne peut mesurer, au sens fort du terme, les ventes de livres québécois par les librairies et les coopératives, il faut alors tenter de les évaluer indirectement à partir des données mesurées des autres maillons de la chaîne du livre. Et la valeur du modèle global dépend en très grande partie de la justesse de la méthode d'estimation et de la confiance que tous les acteurs de l'industrie du livre et des bibliothèques peuvent avoir dans cette méthode.

Le schéma[2] ci-après illustre les flux monétaires de 2004 entre les différents acteurs, à partir des éditeurs jusqu'aux points de vente. Pour faciliter la compréhension du modèle, nous avons omis la valeur des retours; les sommes indiquées expriment donc les ventes nettes (les ventes moins les retours). Pour la même raison, les sommes indiquées sont identiques à celles de l'enquête sur la vente de livres, même si, dans nos calculs, nous omettons les ventes hors Québec réalisées par les éditeurs et les distributeurs. Celles-ci représentent environ 5 % des ventes finales totales.

1. Benoît ALLAIRE, « Évaluation du marché du livre québécois », dans *État des lieux du livre et des bibliothèques*, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2004, p. 173-178.
2. Nous remercions notre collègue Richard Cloutier, de l'Institut de la statistique du Québec, qui a réalisé la première version de ce schéma et, surtout, qui a mis sur pied l'Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs.

Schéma des flux monétaires dans l'industrie du livre



Reprenons les ventes de l'année 2004. On connaît la valeur des ventes finales des éditeurs québécois (bulle A du schéma), soit 128 M$. On connaît également la valeur des ventes finales des distributeurs québécois (bulle B du schéma), soit 25 M$. Ce qu'on veut savoir, c'est la part québécoise de ces ventes finales. Cette information nous a été fournie par l'enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres que nous avons menée en 2005-2006. On connaît aussi la valeur des ventes finales des librairies, des coopératives, des grandes surfaces et des autres points de vente (bulle C du schéma). Pourtant, ce qu'on ignore toujours, c'est la portion relative aux ventes finales de livres québécois dans ce vaste ensemble de 512 M$.

Comme les librairies, les coopératives, etc. sont incapables de fournir cette information, il faut estimer les ventes finales de livres québécois dans ce réseau grâce à une approche indirecte, à savoir l'approche par le coût des marchandises vendues.

L'approche par le coût des marchandises vendues

Dorénavant, pour simplifier, nous appellerons « réseau de détail » l'ensemble des librairies, des coopératives, des grandes surfaces et des autres points de vente. L'idée générale de l'approche consiste d'abord à estimer la part du livre québécois dans le marché de la vente au réseau de détail (la flèche de 215 M$ dans le schéma) et de reporter cette proportion sur le marché de la vente finale du même réseau. Le résultat est ensuite ajouté aux ventes finales de livres québécois par les éditeurs et les distributeurs. Cette approche comporte donc trois étapes :

1. La première consiste à évaluer le coût des livres vendus (coût de revient) par le réseau de détail.
2. La deuxième est de calculer le pourcentage des ventes de livres québécois à partir des ventes des éditeurs et des distributeurs québécois sur le marché de la revente.
3. La troisième revient à reporter ce pourcentage sur les ventes finales du réseau de détail. On ajoute ensuite les ventes finales des éditeurs et les ventes finales de livres québécois par les distributeurs.

1re étape : Le calcul du coût de revient

On obtient une approximation du coût de revient de la façon suivante :

A. On enlève les 40 % de remise aux ventes finales des librairies et des coopératives. Rappelons-nous qu'il s'agit d'une approximation. Cette remise de 40 % est la norme prévue par la Loi sur le livre. Dans les faits, il existe des situations où cette norme est plus ou moins appliquée, comme dans le domaine du livre scolaire où les remises sont souvent inférieures, ou encore dans le réseau des librairies anglophones où les remises peuvent être supérieures. Néanmoins, il s'agit d'un standard suffisamment répandu pour servir de base à notre estimation.

B. On enlève 15 % aux ventes des grandes surfaces et des autres points de vente. Attention! Il ne s'agit pas d'un taux de remise de 15 %. Il s'agit du taux appliqué aux ventes nettes des distributeurs aux grandes surfaces et aux autres points de vente dans l'estimation des ventes finales de ces derniers.

Quelques explications. En pratique, la remise consentie aux grandes surfaces est de 30 % du prix de détail suggéré (PDS). Ce taux de 30 % est réparti entre le bénéfice du commerçant et le rabais consenti au consommateur. Dans certaines grandes surfaces (Zellers, Wal-Mart, etc.), le rabais consenti au consommateur est toujours de 25 % du PDS et le bénéfice du commerçant est alors de 5 % du PDS. Pour ce qui est d'autres grandes surfaces, cette répartition dépend du volume de vente attendu, et le bénéfice peut varier entre 5 % et 12 % du PDS. Les distributeurs de l'Association des distributeurs et diffuseurs exclusifs de livres en langue française (ADELF) s'entendent toutefois pour estimer le bénéfice du commerçant à 15 % du prix coûtant, en moyenne.

Par exemple, un livre dont le PDS est de 30 $ sera vendu 30 $ en librairie. Le libraire garde donc 12 $ (40 %) et le coût de revient du livre est de 18 $. Le même titre pourra être vendu 24,15 $ dans une grande surface, puisque la « remise » de 30 % sera répartie entre le rabais consenti au consommateur (5,85 $ ou 19,50 % du PDS) et le bénéfice du commerçant (3,15 $ ou 10,50 % du PDS ou 15 % du prix coûtant).

On peut dès maintenant modéliser cette étape à l'aide des données de l'EMVL relatives à l'année 2004. Le tableau 1 illustre cette étape.

Calcul du coût de revient des ventes finales (librairies, coopératives, grandes surfaces et autres points de vente)

	Ventes finales	%	Coût de revient
	M$		M$
Ventes finales des librairies et des coopératives	431	-40 =	259
Ventes finales des grandes surfaces	61	-15 =	52
Ventes finales des autres points de vente	20	-15 =	17
Total	**512**		**328**

Note : Les totaux peuvent être différents de la somme des parties à cause de l'arrondissement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2e étape : Le calcul de la part des livres québécois sur le marché de la revente

À partir des mêmes données, nous calculons la part de l'approvisionnement direct auprès des éditeurs québécois par le réseau de détail, soit 54 M$ sur 327 M$, ce qui donne 17 %. Il s'agit d'une diminution de 4 points de pourcentage par rapport à 2002. Ces 54 M$ proviennent de la soustraction des ventes finales des éditeurs de leurs ventes totales, soit 182 M$ moins 128 M$.

Ensuite, nous calculons la part de l'approvisionnement auprès des distributeurs québécois par le même réseau, soit 215 M$ sur 327 M$ ou 66 %, ce qui représente une baisse de 8 points comparativement à 2002. Il restera à déterminer la partie québécoise de ces 66 %. L'enquête auprès des distributeurs révèle que leurs ventes de livres québécois au réseau de détail s'élevaient à environ 87 M$ en 2002, ce qui représente 41 % des ventes des distributeurs à ce réseau, soit une augmentation de 3 points. Les livres québécois vendus par les distributeurs québécois comptent donc pour 41 % des 66 %, c'est-à-dire 27 % de l'approvisionnement du réseau de détail.

Enfin, il reste 58 M$, soit 18 %, qui proviennent de fournisseurs étrangers. Il s'agit d'une augmentation considérable par rapport à 2002, quand l'apport des fournisseurs étrangers était de 5 %. Selon nos sources d'information dans l'industrie du livre, il s'agit d'une estimation assez forte de la portion des ventes attribuables aux fournisseurs étrangers, comparativement aux données de 2001. Cette augmentation est principalement attribuable à la forte diminution de 22 % des ventes des éditeurs dans les ventes au réseau de détail.

3e étape : L'estimation de la part québécoise des ventes finales au réseau de détail

On applique maintenant les pourcentages calculés à la deuxième étape aux ventes finales du réseau de détail, et on ajoute la portion québécoise des ventes finales des distributeurs, soit 60 % de ces dernières selon l'enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres.

Toujours à partir des données de l'Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs de l'OCCQ relatives à l'année 2002, la structure de calcul des ventes de livres québécois se présente alors de la manière suivante :

Estimation de la valeur des flux de ventes de livres québécois, Québec, 2004

	M$
Estimation des ventes des éditeurs aux détaillants au prix de détail (17 % de 512 M$)	85
Estimation au prix de détail de la part québécoise des ventes des distributeurs au marché de la revente (27 % de 512 M$)	136
Ventes finales des éditeurs québécois	97
Portion québécoise des ventes finales des distributeurs (18 % de 9 M$ de ventes finales)[1]	2
TOTAL – Ventes finales de livres québécois	320

1 Ces chiffres ne sont pas comparables à ceux de 2002, qui incluaient encore les ventes hors Québec à cette étape. Celles-ci étaient prises en compte ultérieurement dans le calcul.

Source Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications.

Pour l'année 2004, nous avons légèrement modifié notre façon de tenir compte des ventes hors Québec des distributeurs. En effet, dans notre enquête auprès des distributeurs de 2003, on ne demandait pas aux répondants de détailler leurs ventes à l'extérieur du Québec. En projetant le ratio des ventes de livres québécois hors Québec de 2004 sur l'année 2002, nous obtenons une légère baisse de la part de marché du livre québécois, soit 2 %. Afin de comparer la part de marché du livre québécois de 2004 avec celle de 2002, nous établissons donc la part de marché de 2002 à 56 % au lieu de 58 %.

Les 320 M$ calculés au tableau 2 représentent 51 % des ventes de livres au Québec en 2004. Cette proportion peut sembler encore assez élevée, malgré une diminution de 5 points, mais il faut se rappeler que celle-ci s'applique à l'ensemble du marché du livre. Or, dans ce marché, on sait que les ventes de livres scolaires, c'est-à-dire de livres destinés à tous les ordres d'enseignement, occupent une place importante, soit environ 30 % en 2004, et que la plus grande partie de ces ventes est le fait d'éditeurs québécois. Le calcul de la part québécoise du marché du livre de littérature générale montrerait assurément une différence notable avec celle qui se rapporte à l'ensemble du marché.

Afin de déterminer quelle est la part qui revient à l'édition québécoise selon les marchés – livres de littérature générale et livres scolaires –, nous avons employé une approche semblable à celle que l'on a utilisée pour le calcul de la part québécoise dans l'ensemble du marché. Le lecteur gardera à l'esprit qu'il s'agit bien d'estimations, puisque l'enquête sur la vente de livres ne permet pas de mesurer entièrement les ventes par marché dans l'ensemble des établissements de la chaîne du livre. Il faut donc procéder avec des ratios estimés à partir des ventes des éditeurs et des distributeurs, tout en sachant que les imperfections de l'approche indirecte employée dans le calcul de la part québécoise du marché du livre se répercutent d'autant lorsqu'il s'agit de calculer ces parts de marché. Nous ne déclinerons pas ici le détail des calculs comme nous avons pu le faire plus haut, d'une part parce qu'il s'agit d'un exercice assez fastidieux et, d'autre part, parce que certaines données confidentielles seraient ainsi dévoilées.

Avant de calculer la part québécoise dans le marché de la littérature générale, il est nécessaire d'estimer la hauteur de ce marché et, par soustraction, celui du marché scolaire. Nos estimations évaluent le marché de la littérature générale à 453 M$ en 2004, soit 71 % du marché total. Les ventes de livres scolaires s'élevaient à 181 M$. Il s'agit donc d'une modification importante par rapport à 2002, quand la part du livre de littérature générale était de 61 %.

L'évaluation de la part québécoise de ces marchés est un exercice un peu plus périlleux où il n'y a pas vraiment de comparaison possible. Dans le marché du livre de littérature générale, la part québécoise était de 49 % en 2002, tandis qu'elle était de 72 % dans le marché du livre scolaire. En 2004, nous observons une baisse radicale de 7 points dans la littérature générale, ce qui ramène la part québécoise à 42 %. Dans le marché scolaire, la part québécoise reste assez stable à 73 %.

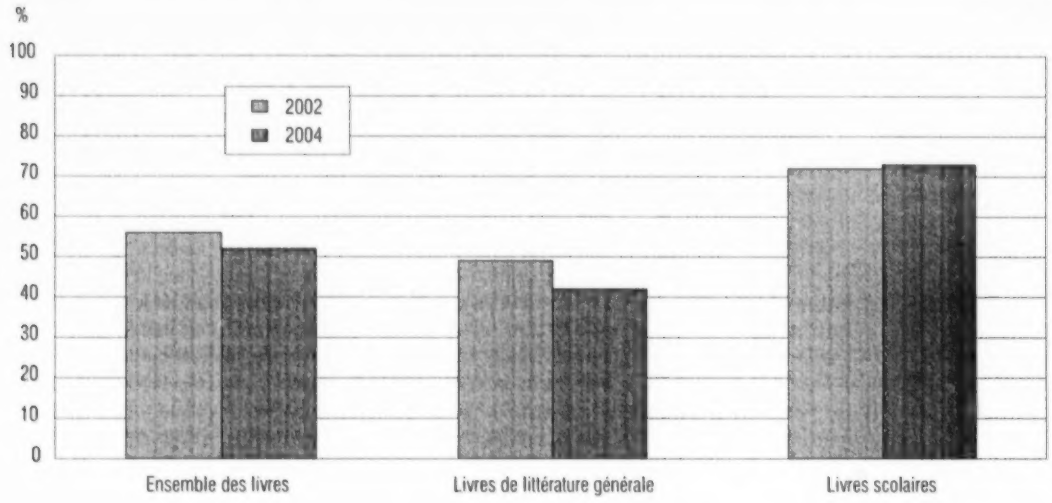
Tableau 3

	Ventes finales totales	Ventes finales totales de livres québécois	Part québécoise selon le marché	Part des éditeurs de propriété québécoise selon le marché
	M$		%	
Marché du livre scolaire	181	131	73	69
Marché du livre de littérature générale	453	189	42	36
Total	**634**	**320**	**52**	**45**

Note : Les totaux peuvent être différents de la somme des parties à cause de l'arrondissement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 2
Évolution des parts de marché du livre québécois selon les catégories de livres, Québec, 2002-2004



Par rapport aux autres produits culturels québécois dont nous connaissons les parts de marché, le livre de littérature générale accuse un certain ralentissement. En effet, de 2002 à 2004, la part québécoise des ventes de disques est passée de 32 % à 46 %[3]. Au cinéma, toujours de 2002 à 2004, la part québécoise de l'assistance aux films a grimpé de 9 % à 14 %[4].

Les parts de marché des éditeurs de propriété québécoise

À partir du modèle présenté plus haut, nous pouvons estimer les ventes des editeurs de propriété québécoise et, par conséquent, leur part de marché. Cette évaluation est possible grâce à l'ajout d'une question dans l'enquête auprès des distributeurs. Il est bien sûr impossible d'établir des comparaisons avec l'année 2002. En 2004, les ventes des éditeurs de propriété québécoise se sont élevées à 286 M$, soit 45 % du marché du livre au Québec. En qui concerne les éditeurs de littérature générale de propriété québécoise, nous estimons leurs ventes à 161 M$, ce qui équivaut à 36 % du marché. Les ventes des éditeurs scolaires de propriété québécoise ont atteint 125 M$ en 2004, soit une part de marché de 69 %.

En guise de conclusion

Malgré une certaine croissance des ventes de livres en 2004, la part de marché des livres québécois a diminué notablement. On peut observer cette diminution surtout pour ce qui est des livres de littérature générale en ce qui concerne les catégories de livres, mais également dans les flux financiers, c'est-à-dire dans les ventes des éditeurs sur le marché de la revente et dans les ventes des distributeurs sur ce même marché. Conséquemment, bien sûr, les fournisseurs étrangers ont augmenté considérablement leurs ventes au Québec en 2004.

Ce recul de l'édition québécoise sur son marché se reflète également dans les listes de livres à succès. Nous avons comparé les listes des 25 titres les plus vendus par la chaîne de librairies Renaud-Bray[5] en 2002 et en 2004, en

3. Claude MARTIN et autres. « Ventes d'enregistrements sonores au Québec de 2002 à 2004 », Statistiques en bref, no 17, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.
4. Statistiques sur l'industrie du film, édition 2005 (annexe), Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

attribuant un certain nombre de points à chaque titre selon sa position dans le classement, la nationalité de l'éditeur étant connue. Le pointage est calculé très simplement : chaque titre obtient un nombre de points égal à la valeur inverse de son rang (le 1er rang obtient 25 points, le 2e, 24, etc.). La sommation des points pour les titres québécois était de 164 points en 2002, contre 151 concernant les titres étrangers. En 2004, le score a été de 240 à 85 en faveur des titres étrangers.

Évidemment, cette comparaison des listes de livres à succès ne mesure en rien les parts de marché. Il ne s'agit que d'une indication qualitative illustrant le changement de la position relative des deux catégories de livres. Idéalement, il aurait fallu connaître le nombre d'exemplaires vendus par titre et établir une fonction qui tienne compte de la progression non linéaire des ventes selon le rang. Compte tenu des courbes habituelles dans les ventes des produits culturels, l'écart entre les titres québécois et étrangers en 2004 aurait été encore plus important. Néanmoins, ce qui importe, c'est que la conclusion qu'on peut en tirer va dans le même sens que ce que nous observons de manière un peu plus scientifique avec l'analyse des ventes de livres.

Les limites du modèle

Nous rappelons que ce modèle a des limites certaines quant à la précision des résultats qu'il permet de calculer, puisqu'il procède d'estimations faites à partir de ratios et que, par conséquent, il ne peut prétendre à une fiabilité aussi grande que celle que l'on aurait s'il était possible de connaître la somme des ventes de chaque titre de livre, comme c'est le cas pour l'assistance aux films.

Notons également que ce modèle d'estimation est basé sur les pratiques commerciales généralement acceptées dans l'industrie du livre. Il ne peut tenir compte des pratiques inhabituelles.

5. Listes fournies par Claude Martin, professeur au Département de communication de l'Université de Montréal.

Bulletin *Statistiques en bref*
Numéros déjà parus

Numéro	Titre	Date
01	Écrire ne fait pas vivre	Avril 2003
02	Qui sont les écrivains et les écrivaines du Québec ?	Novembre 2003
03	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2001-2002	Février 2004
04	Les professions de la culture et des communications au Québec	Février 2004
05	Les travailleurs du design au Québec	Février 2004
06	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2003	Mai 2004
07	Les organismes de représentation et de promotion du secteur de la culture et des communications	Septembre 2004
08	La fréquentation des spectacles en arts de la scène à l'automne 2003 et à l'hiver 2004	Janvier 2005
09	2004 : Une autre excellente année pour le cinéma québécois	Février 2005
10	Regard sur les imprimés, la télévision, le cinéma et le théâtre	Février 2005
11	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2002-2003	Mars 2005
12	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2004	Mai 2005
13	La fréquentation des arts de la scène en 2004	Juin 2005
14	Les ventes de livres neufs au Québec, 2001-2004	Juin 2005
15	Augmentation des acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2003-2004	Décembre 2005
16	Profil des établissements spécialisés en production multimédia en 2003-2004 au Québec	Février 2006
17	Ventes d'enregistrements sonores au Québec de 2002 à 2004	Février 2006
18	De nouveaux sommets pour le cinéma québécois	Février 2006
19	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2005	Juin 2006
20	Les ventes des marchands d'œuvres d'art en 2001-2002	Juin 2006

statistiques en bref

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante :

Ce bulletin est conçu par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Pour tout renseignement veuillez communiquer avec Benoit Allaire (418) 691-2414, poste 3170 ou benoit.allaire@stat.gouv.qc.ca

Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage
Québec (Québec) G1R 5T4

Téléphone : (418) 691-2414
Télécopieur : (418) 643-4129

ISSN : 1708-9182 (version imprimée)
ISSN : 1715-6440 (en ligne)
© Gouvernement du Québec

Institut de la statistique Québec